

Yo no soy un escritor, soy un aficionado que escribe libros y es muy importante para mí no caer en este concepto de la profesionalización¹

Julio Cortázar entrevistado por Joaquín Soler Serrano.
Programa *A fondo* (J. Soler Serrano, TVE: 1977)

NUEVAS PRÁCTICAS AUDIOVISUALES E INTERNET POR UN CINE AMATEUR

Elena López Riera

La noción de amateur ha perdido progresivamente su significado etimológico hasta llegar a ser un concepto que no se aplica a aquel que ama lo que hace, sino a aquel que no puede vivir de lo que hace. La calidad *broadcast* (calidad de emisión) ha sido un requisito indispensable exigido a los productos de la industria cinematográfica para su distribución y exhibición. Todas las películas que no cumplían con estas exigencias de calidad o aquellas que potencialmente no rendían un beneficio económico quedaban así al margen del circuito de distribución comercial. Desde esta perspectiva podemos entender que uno de los puntos esenciales sobre los que se ha construido la industria cinematográfica se apoya en una idea muy limitada de profesionalización. Así las cosas, podemos decir que tras la diferencia entre el cine amateur y el cine profesional hay una razón económica más que estética.

No obstante, esta coyuntura está cambiando gracias a la aparición de la web 2.0², que pone al alcance de cualquier usuario canales de distribución, exhibición y consumo que prescinden de esta división entre calidad profesional y calidad amateur. Estamos hablando principalmente de YouTube, que no por casualidad apela al amateurismo en su página de inicio con el mensaje *broadcast yourself* (emite tú mismo). La apa-

rición de estos canales de difusión está permitiendo que se construyan circuitos de distribución y consumo alternativos y, como veremos, poco marginales.

Quizá sea demasiado pronto para definir las consecuencias que tiene la aparición de la web 2.0 sobre el discurso cinematográfico, aunque muchos autores se han atrevido ya a hablar de «cine digital», como Lev Manovich (2006: 375, 376) o de «Internet cinema» (TRYON, 2007: 1) al hablar de prácticas audiovisuales dentro de un nuevo paradigma. En definitiva, este debate pone de manifiesto la inquietud que Henry Jenkins (2008: 3) formulaba bajo el concepto de convergencia, es decir, la manera como conviven los viejos y los nuevos medios en el mundo contemporáneo.

Nuestra intención aquí no es ampliar este debate o encontrar una definición precisa para las nuevas prácticas audiovisuales en Internet, pero sí encontramos necesario discutir algunos cambios sustanciales que se producen en el nuevo paradigma audiovisual respecto a un modelo cinematográfico institucional, como lo definió Noël Burch (1995: 17), en torno a la cuestión de la profesionalización y del amateurismo.

Hay varios aspectos que ponen en cuestión la estructura de la industria cinematográfica tal y como la hemos conocido hasta hoy, particularmente en lo referente a los circuitos establecidos

de producción, distribución, exhibición y consumo. De manera mucho más concreta podemos decir que el cambio substancial que permite este nuevo paradigma es el límite entre lo profesional y lo amateur, entre el productor y el consumidor y, de forma muy significativa, entre lo que se considera un producto que debe proporcionar un rédito económico directo y el producto que busca formas alternativas de explotación. Por ello, podemos decir que el nuevo paradigma audiovisual permite la existencia de una figura que para nosotros concentra muchos de los rasgos que definirán las prácticas audiovisuales en el futuro de Internet y, acaso, del modelo cinematográfico institucional; se trata de la figura del *prosumidor* audiovisual.

El *prosumidor* audiovisual

El término *prosumidor* no es nuevo, surge del acrónimo inglés *prosumer* (producer + consumer), que originalmente se empleaba en el ámbito de la economía. Marshall McLuhan y Barrington Nevitt (1972: 78), emplearon este término para aplicarlo al dominio de la comunicación. Ya entonces, los autores apuntaban que el futuro de la comunicación sería horizontal y que el individuo capaz de consumir podría ser también capaz de producir contenidos.

Prácticamente desde la aparición del vídeo en los años setenta (y si apuramos un poco a finales de la década de los cincuenta con el aligeramiento de los equipos cinematográficos y la aparición de los Nuevos cines) hemos oído hablar de cambios sustanciales en el modelo institucional. ¿Por qué plantear entonces un nuevo paradigma cinematográfico o audiovisual? ¿De qué hablamos cuando hablamos de nuevas prácticas? ¿Qué hay de verdaderamente nuevo en todo esto? Muchas son las respuestas y un poco precoz la celebración de la democracia digital si tenemos en cuenta el papel que desempeñan en este contexto grandes empresas como Google o Microsoft que, no debemos olvidar, son las que en última instancia gestionan algunas de las aplicaciones más populares de la web 2.0.

En este sentido, deberíamos mantener ciertas precauciones a la hora de definir la manera en que el nuevo paradigma audiovisual cuestiona ciertos aspectos de la industria cinematográfica, teniendo en cuenta que Internet tampoco escapa al modelo económico dominante. Lo que sí resulta evidente es que el desarrollo de nuevas tecnologías permite establecer estructuras al margen de la lógica mercantilista que la industria del cine ha mantenido hasta ahora.

Una vez aclarado esto, podemos afirmar que si el nuevo paradigma audiovisual permite realizar un cuestionamiento al modelo de cine institucional no es solo gracias al desarrollo y abaratamiento de los dispositivos de grabación sino gracias a que existen canales de exhibición y de consumo de libre acceso. El *prosumidor* audiovisual no se define en el momento en que cualquiera puede filmar sus propias películas sino en el momento en que estas puedan integrar el flujo infinito y disperso de Internet, en que puedan ser vistas, distribuidas y remezcladas por millones de personas sin depender de ninguna estructura que decida qué debe ser visto y qué debe quedar en los álbumes familiares.

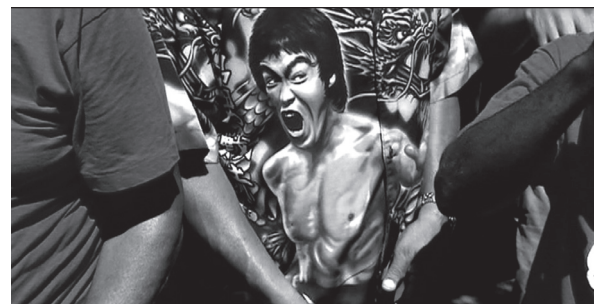
Tal y como apunta Chuck Tyron (2007: 3), «*As I have argued, one of the most significant changes implied by the new Internet cinema has to do with the wider access to inexpensive cameras and editing programs which would theoretically make it possible for anyone to make and publish a video on a public archive such as YouTube or Google video, with the implicit assumption that anyone now has the potential to become a producer of media texts rather than a mere consumer. In this sense, the new era of homemade video radically transforms concepts of authorship in ways that are still being defined*»³.

Lo institucional y lo marginal

A nuestro modo de ver, uno de los principales problemas que se esconden tras la diferencia entre un circuito de exhibición comercial y un circuito

de exhibición no comercial es un problema de legitimación discursiva. Para que una película pueda ser distribuida y exhibida comercialmente tiene que cumplir con una duración, un formato y una calidad *broadcast* determinados (y a menudo también con determinados patrones narrativos). Así las cosas, todas las obras que no cumplen con estas condiciones han sido emplazadas en un gran *afuera*, consideradas como cine no institucional, retomando la terminología de Burch (1995: 17). Obras que hasta ahora quedaban relegadas a circuitos marginales o que, sencillamente, no se consideraban piezas cinematográficas.

Sin embargo, algo está cambiando ahora en la manera de concebir este cine no institucional. En el contexto de Internet, gracias a la aparición de diver-



sos canales de distribución con YouTube a la cabeza, esos productos audiovisuales que antes no podían acceder al circuito de exhibición comercial tienen la posibilidad de explorar otras formas de exhibición. Circuitos distintos a los comerciales pero distintos también a los circuitos especializados que constituyen, por ejemplo, los festivales de cine. En este sentido, el espacio que abren dichos canales en Internet es complejo por una cuestión muy sencilla: aunque estos espacios puedan convertirse en vías paralelas a la industrial, lo cierto es que todavía no constituyen una alternativa específica y real para películas que cumplen con un formato institucional. Por ello, conviene subrayar que estamos considerando estos espacios de difusión no como canales marginales (¿podemos seguir considerando YouTube, con más

de 2.000 millones de visitas diarias, como circuito marginal?) ni como una alternativa inequívoca al circuito de exhibición industrial cinematográfica, sino como un espacio de existencia posible para las piezas audiovisuales que rechacen los cauces clásicos de la industria⁴.

En este sentido, tal y como explica Henry Jenkins, no solo no estamos hablando de espacios marginales, sino de espacios capaces de apelar al trabajo colectivo mucho más que al individual: «*I always stumble over pronouns when thinking about YouTube. After all, in the English language, "You" is both singular and plural. Most accounts of YouTube assume that it is a space for personal expression, yet if this is the case, why use networked technologies. It is not simply a site for self-branding or "broadcasting". Rather it is a site for collective expression, with many of the videos posted there coming from specific subcultural communities, each of which has a longer history than YouTube itself, each of which has evolved its own traditions of cultural production and circulation. So, for my purposes, let's consider the "You" in "Do-it-Yourself" as plural, multiple, collective, rather than singular, personal, individual*» (JENKINS, 2010)⁵.

La cuestión que subraya el autor sobre la influencia de las comunidades en Internet es muy importante a la hora de entender las nuevas prácticas audiovisuales en un contexto 2.0. No en balde se está hablando de una recuperación del espacio público virtual y de la manera como el sentido comunitario está recuperando el espacio en las prácticas artísticas⁶. Este movimiento también afecta, y de manera muy precisa, a la cuestión industrial del cine en torno a la figura sacralizada del autor. Desde esta perspectiva, y atendiendo a fenómenos que comentamos a continuación, podríamos decir que la tendencia que se está marcando en el nuevo paradigma audiovisual a través de la figura del *prosumidor* consiste en un desplazamiento de lo individual a lo colectivo, del *do it yourself* (DIY) al *do it together* (DIT).

Del *do it yourself* al *do it together*

Una de las cuestiones importantes que se plantean de manera tangencial en este nuevo paradigma es la de la autoría. Aunque la noción del autor no se cuestione, de manera inmediata por el nuevo paradigma audiovisual ni por la aparición de nuevos dispositivos de grabación o por la aparición de nuevos canales de distribución, exhibición y consumo, sería pertinente subrayar que en el contexto de Internet el movimiento que cuestiona el estatus de autor es un movimiento militante lo suficientemente amplio como para considerarlo un síntoma significativo. Este cuestionamiento se está realizando tanto a nivel estético como a nivel económico a través de la lucha activa en contra de las licencias de protección de los derechos de autor y la apuesta por licencias de explotación alternativas al *copyright*.

Sería imposible citar aquí todos los ejemplos o hacer un listado de colectivos que rechazan la firma individual y la idea sacralizada del autor a la hora de reivindicar sus trabajos, pero sí subrayaremos la influencia que están ejerciendo movimientos como Procomún, *Open source* o *Open data*⁷ en las prácticas audiovisuales contemporáneas. Un buen ejemplo de esto en el ámbito del audiovisual español serían colectivos como lacasinegra que rechazan directamente la firma individual y que ofrecen todos sus trabajos de manera abierta bajo licencia *Creative Commons* y susceptibles de ser remezclados por cualquier usuario.

La cuestión del autor en el cine no es una cuestión nueva y su estatus ha ido cambiando a lo largo de la historia hasta cristalizar en los problemas que están generando las licencias de protección intelectual; no habría más que acudir al ejemplo español con el conflicto que provocó la Ley de Economía Sostenible (popularmente conocida como Ley Sinde) a este respecto.

Desde la perspectiva que nos proporciona el *prosumidor* audiovisual y el posicionamiento que en muchos casos adopta frente a la industria cinemato-

gráfica, resulta un tanto difícil recuperar la noción de autor reivindicada por la *Nouvelle Vague*, pese a que también esta pretendía un cambio con respecto a una industria cinematográfica que los ignoraba (podríamos acudir al célebre texto de Truffaut [1955: 45-47] *Ali Baba et la Politique des Auteurs*, donde se formulaba una política de los autores que ha ejercido una importante influencia en el cine desde su publicación). O, quizá, sea precisamente el contraste de estas reivindicaciones con respecto al contexto actual lo que nos ayude a entender por qué hablamos de un nuevo paradigma y por qué hablamos de cuestionar el modelo de cine institucional. Aunque siempre podemos recurrir a Godard, cuya elocuencia ahorra muchas líneas: «*We once believed we were auteurs but we weren't. We had no idea, really. Film is over. It's sad nobody is really exploring it. But what to do? And anyway, with mobile phones and everything, everyone is now an auteur*» (Gibbons, 2011)⁸.

El problema de la autoría en una disciplina normalmente producto de un trabajo colectivo como el cine ha constituido una larga discusión desde sus orígenes. No obstante, una vez hemos expuesto algunos de los cambios sustanciales que propone el nuevo paradigma nos atrevemos a decir que en el contexto de Internet 2.0 la distancia entre el autor/creador y el espectador ya no existe.

Evidentemente, la idea de que la obra audiovisual no es de quien la rueda sino de quien la monta no es algo nuevo. Si consideramos el problema desde un punto de vista semiótico, tal y como explica Ramón Carmona (1993:109,110), la película en tanto texto sería de quien la enuncia (en términos estrictamente técnicos, diríamos de quien la monta). Prácticas como el *found footage* que ya se han convertido en un género en sí mismo, hacen aún más evidente este argumento. No obstante, el trabajo de la utilización de materiales ajenos en el contexto de Internet se ha convertido, no solo en una tendencia estética, sino en una posición política, llegándose

incluso a acuñar el término de *found footage 2.0* (VILCHES, 2010: 41).

Lo que se denomina *Cultura remix* se ha convertido en un rasgo común en las nuevas prácticas audiovisuales (LESSIG, 2008: 68-80) e implica la reivindicación de las fuentes en detrimento de la creación de imágenes *originales*. Esta tendencia está claramente influenciada, como decíamos, por los movimientos *open source*, que ofrecen su código fuente de manera abierta en la red para que cualquiera pueda hacer uso de él. Los ejemplos paradigmáticos serían, sin duda, los *machinima*, Los *fan vidders* y los *anime music vids*⁹, prácticas centradas en la reapropiación de contenidos y que fomentan un importante diálogo cultural, tal y como explica Jenkins (2010) en su artículo *How YouTube become OurTube*:

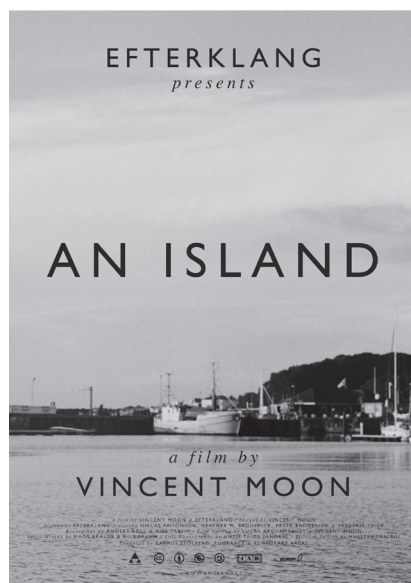
«The “Deconstructing Our Icons” and “Putting Words in Our Mouths” sections here show this remix process at work. Each of the subcultures that are reflected in the current program draws some of its raw materials from popular culture, but several of them —the Fan Vidders, the Anime Music Vids, Machinema, and the Political Remix Vids— in particular are built around different strategies for appropriating and remixing video content. In some cases, the original content is abstracted beyond the point of recognizability, while in others, the point is for us to recognize it both in terms of its original context and the new context into which it has been inserted»¹⁰.

En España, uno de los proyectos más relevantes respecto a una teoría de la cultura del remix sería *Embed* (www.embed.at) con su iniciativa Código fuente, en la que distintos colectivos y artistas exponen las fuentes de aquellas obras audiovisuales que les han inspirado en su trabajo. De esta manera podemos ver que, en este nuevo paradigma audiovisual, la originalidad de la obra ha perdido el valor que tenía en paradigmas anteriores. Que una obra o un creador dialogue con otras piezas y artistas no revela una falta de originalidad sino la consciencia de que el arte

no puede considerarse una práctica aislada, sino un nudo dialógico en una semiosfera cultural más amplia (LOTMAN, 1996: 42).

El prosumidor en el cine

Una vez hemos señalado algunos de los cambios que marca la aparición de este *prosumidor* en el contexto de Internet, deberíamos plantear una cuestión importante a la hora de reflexionar sobre una posible convergencia entre los viejos y entre los nuevos medios, entre un paradigma dominado por el modelo de cine institucional y otro paradigma en pleno proceso de cambio debido a la aparición de Internet. ¿Hay vida para el *prosumidor* más allá de la web 2.0? ¿Están las nuevas prácticas audiovisuales penetrando en la institución cinematográfica?



Si atendemos al aspecto de la distribución, exhibición y consumo de películas que antes subrayábamos como clave del modelo, hemos de reconocer que es difícil todavía encontrar fórmulas híbridas. Quizá la más explotada hasta el momento haya sido la distribución en línea por *streaming* (donde la estadounidense Netflix sería el ejemplo más conocido internacionalmente, aunque también en España podríamos citar Filmotech en una vertiente más co-

mercial y Filmin en la versión independiente) más allá de los métodos ilegales de descarga, claro está. Sin embargo se están poniendo en marcha algunos experimentos de distribución alternativa que buscan fórmulas híbridas entre la distribución clásica y el visionado en Internet.

Uno de los ejemplos más originales, a nuestro modo de ver, que se han producido en este sentido sería *An Island* (2011), de Vincent Moon y la banda de música Efterklang. *An Island* es un proyecto basado en proyecciones públicas y privadas que desafía el sistema de distribución y exhibición, pasando por encima de todos los intermediarios. Si se quiere tener acceso a la película hay que pedirlo directamente a través de su web www.anisland.cc, y acto seguido los responsables del proyecto envían un DVD con dos únicas condiciones: que las proyecciones sean públicas (un mínimo de cinco personas) y gratuitas. Este proyecto pionero se ha ampliado en *Les petites planètes*, también de Vincent Moon, una prolongación de esta forma de estar-en-el-cine militante y que se define así por su creador: «Petites planètes is not an archival project. Petites planètes is a challenge towards diverse forms of creations, to find new forms of expression. Hybrids»¹¹. De esta manera, Moon y Efterklang no solo están demostrando que gracias al desarrollo de las comunicaciones en Internet se puede tener acceso a proyectos como el suyo, sino que existen formas híbridas de distribución y de exhibición que no por casualidad tienden a lo doméstico, por decirlo de alguna manera. En efecto, además de las dos exigencias de las proyecciones público-privadas de *An Island* que hemos mencionado, lejos de exigir la explotación en sala comercial de su película, su única condición es no cobrar entrada. Este proyecto, a nuestro modo de ver, sigue la línea de lo que apuntábamos al principio de estas páginas de recuperar una noción deteriorada del amateurismo.

Si, como decíamos, el *prosumidor* audiovisual ya no tiene que esperar a

que una institución legitime su obra (sea académica, sea industrial), si los criterios de excelencia técnica ya no son suficientes para excluir una obra del circuito de exhibición, entonces ¿qué sentido tiene ocultar los procesos de creación? ¿Por qué ocultar las fuentes sobre las que se constituye la obra? Estas cuestiones resultan aquí un poco más difíciles de contestar, pues nos adentraríamos en un análisis estético retomando algunos de los aspectos que recogíamos antes para definir las

introduciendo en ciertas maneras de construir el discurso filmico. *Color perro que huye* (Andrés Duque, 2010) se presentó en el panorama cinematográfico como un objeto peculiar y, en nuestra opinión, híbrido entre dos paradigmas. Si citamos esta película en relación con el *prosumidor* es, sobre todo, porque *Color perro que huye* se compone de materiales absolutamente heterogéneos, desde imágenes de YouTube hasta imágenes tomadas con una cámara doméstica por el realizador, pasando por extractos de *Memorias de subdesarrollo* (Tomás Gutiérrez Alea, 1968). El hecho de utilizar imágenes de distinto formato no constituye una novedad en la historia del cine, obviamente, pero, a nuestro modo de ver, la manera en la que se enuncia en la película el carácter heterogéneo de sus materiales supone una declaración de principios y un posicionamiento de Duque muy cercano a la figura del *prosumidor* que aquí estamos definiendo. Las palabras con las que se inicia la película son muy claras a este respecto: «No tengo ni celuloideos ni cintas de vídeo. Solo tengo números almacenados en discos duros y cajas de memoria llamadas QuickTime. De ellas, he extraído imágenes que ahora junto, ordeno y presento con sinceridad. Aunque, verdades, no son».

No obstante, debemos decir que esta película no ha supuesto ninguna innovación en lo que al sistema de distribución y de exhibición respecta. *Color perro que huye*, no se corresponde con un modelo de cine institucional y, por tanto, difícilmente se estrenaría en unos cines Kinépolis, pero sí ha obtenido un amplio reconocimiento nacional e internacional en un circuito especializado de festivales y cuenta con una distribuidora para su explotación comercial. Así las cosas, podemos decir que la película ha seguido los cauces institucionales de distribución y de exhibición y no ha cumplido con la última etapa del *prosumidor*, que la mayoría de las veces devuelve su trabajo a la red o propone una distribución abierta.

A modo de conclusión

Pese a la evidente novedad que han supuesto para las prácticas audiovisuales contemporáneas el uso de redes sociales y las herramientas ofrecidas por los nuevos dispositivos de grabación o el entorno de Internet 2.0, no podemos caer en la ingenuidad de la celebración total. Uno de los errores constantes que cometen todos los nuevos movimientos es pensar que lo que están haciendo es realmente nuevo o que están rompiendo con todo lo anterior. Ojalá fuera así, aunque, de momento, en lo que respecta a los modelos institucionales de la industria cinematográfica, no lo es. Los ejemplos que hemos citado hasta aquí y los movimientos que intentamos articular a través de estas líneas, no dejan de apuntar hacia la construcción de modelos de reforma y no de revolución. Los proyectos que proponemos constituyen posibles líneas de fuga a un modo institucional y, como tales, obligados a habitar en los márgenes del sistema. El gran reto ahora sería constituir alternativas que permitan subvertir la idea de que el amateur no es aquel que realiza un trabajo mediocre (o en criterios económicos: improductivo, incapaz de producir beneficios) sino aquel que ama lo que hace. Si volviéramos a la etimología del término, el *prosumidor* debería encontrar la posibilidad de practicar el amateurismo dentro de una lógica capitalista o sencillamente, salir de ella para siempre. ■

Notas

- 1 Se puede ver un extracto de la entrevista en <http://www.youtube.com/watch?v=wB5a8StgRfc>.
- 2 Para ampliar información se puede acudir a O'Really (2009).
- 3 «Como expliqué, uno de los cambios más significativos que implica el nuevo *Internet cine* tiene que ver con el amplio acceso a cámaras y programas de edición baratos que teóricamente haría posible para cualquiera hacer y publicar un vídeo en un archivo público como YouTube o Google video, con la aceptación de que cualquiera ahora tiene el potencial de convertirse en un productor de textos más allá de ser un mero consumidor. En este



tendencias del *prosumidor*, como la cultura del *remix* y la reivindicación de un código fuente, que resultaría insuficiente por cuestiones de espacio. También deberíamos tener presente que es difícil valorar la manera como las nuevas prácticas audiovisuales están influyendo en el modelo cinematográfico desde un punto de vista discursivo, sin embargo, nos gustaría citar un ejemplo, a nuestro modo de ver muy significativo, para señalar cómo las prácticas del *prosumidor* se están

sentido, la nueva era de vídeos domésticos transforma radicalmente los conceptos de autoría en los términos en que han estado siendo definidos.» (La traducción es mía)

4 A este respecto convendría recordar que además de YouTube existen otros canales de *hosting* de vídeo que suelen acoger perfiles más especializados como Vimeo y que quizá sí, estén empezando a sentar las bases para canales alternativos de línea más artística.

5 «Siempre termino encontrándome con los pronombres cuando pienso en YouTube. Al final, en inglés, “You” es al mismo tiempo singular y plural. La mayor parte de las cuentas de YouTube están pensadas como un espacio para la expresividad personal, y entonces, si éste es el caso, qué sentido tienen las tecnologías en red. No se trata simplemente de un sitio para crearse una marca personal o la difusión de contenidos. Es un sitio para la expresión colectiva, donde muchos de los vídeos vienen de comunidades específicas de la subcultura que tienen, por sí solas, una historia más longeva que la del propio YouTube y que han tenido una evolución propia dentro de sus propias tradiciones de producción y difusión de la cultura. De manera que, por muchas razones debemos considerar el “You” de “Do-it-Yourself” como plural, múltiple, colectivo por encima de singular, personal o individual.» (La traducción es mía).]

6 A este respecto resulta sintomático que la prestigiosa revista *Multitudes* haya dedicado su último dossier especial a las políticas de lo común, definiéndolas como una de las tendencias más importantes en el mundo contemporáneo, tanto a nivel político como artístico. Para ampliar información se puede acudir a este dossier editado por Citton y Quesada (2011: 15-22).

7 *Procomun* alude a bienes de provecho común dentro de una comunidad, entendido aquí en un contexto 2.0. *Open source* es el término con que se conoce al *software* distribuido y desarrollado libremente. *Open data* es la filosofía que reivindica la transparencia de determinados datos, sin restricciones de *copyright*, patentes u otros mecanismos de control. Datos extraídos de Wikipedia.

8 «Una vez creímos que éramos autores pero no lo fuimos. No teníamos ni idea, realmente. El cine se ha acabado. Es triste que nadie lo esté explorando. Pero ¿qué hacer?. En cualquier caso, cualquiera con teléfonos

móviles y todo eso, cualquiera ahora puede ser un autor» (La traducción es mía). Fiachra Gibbons, entrevista a Jean Luc Godard, *The Guardian*, 12/07/11.

9 Los *fan vidvers* son piezas editadas por comunidades de fans; los *anime music vids* son videoclips, una variante de los anteriores

10 «Las secciones “Deconstrucción de nuestros iconos” y “Poniendo palabras en nuestras bocas” muestran el funcionamiento de este proceso de remezcla. Cada una de las subculturas reflejadas en el actual programa recoge sus materias primas de la cultura popular, pero algunos de ellos los *fan vidvers*, los vídeos musicales anime, el machinima y los remixes audiovisuales políticos se componen de estrategias diferentes de apropiación y remezcla de contenido audiovisual. En algunos casos, el material original se lleva a abstracciones que hacen difícil su reconocimiento, mientras que en otros, el objetivo es que lo reconozcamos tanto en su contexto original como en el nuevo en el que se ha incluido.» (La traducción es mía).

11 «*Petites planètes* no es un proyecto de archivos, *Petites planètes* es un desafío hacia diversas formas de creación, hacia la búsqueda de nuevas formas de expresión. Híbridos» (La traducción es mía).

Bibliografía

- BENJAMIN, Walter (1973). *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- BURCH, Noël (1995). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.
- BURGESS, Jean y GREEN, Joshua (2009). *YouTube: on line video and participatory culture*. Cambridge: Malden.
- CARMONA, Ramón (1993). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra.
- CITTON, Yves y QUESADA, Dominique (2011). Du commun à comme un. *Multitudes*, 45. París: Éditions Amsterdam.
- GIBBONS, Fiachra (2011). Entrevista a Jean Luc Godard. *The Guardian*, 12/07/11. Recuperado de <<http://www.guardian.co.uk/film/2011/jul/12/jean-luc-godard-film-socialisme>>.
- JENKINS, Henry (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- (2010, 18 octubre) How YouTube become OurTube? [entrada de blog]. *Confessions of an Aka-Fan*. <http://henryjenkins.org/2010/10/how_youtube_became_ourtube.html>

org/2010/10/how_youtube_became_ourtube.html>

LESSIG, Lawrence. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press.

LOTMAN, Yuri (1996). *La semiosfera*. Valencia: Frónesis.

MACLUHAN, Marshal y NEVITT, Barrington (1972). *Take Today: The Executive as a Dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

MANOVICH, Lev (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

O'REALLY, Tim (2009). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Web Squared: Web 2.0 Five Years On*. Recuperado de <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>.

TRUFFAUT, François (1955). Ali Baba et la politique des auteurs. *Cahiers du cinéma*, 44.

TRYON, Chuck (2007). New Media Studies and the New Internet Cinema. *Post Identity*, 5.1. Recuperado de <<http://quod.lib.umich.edu/p/postid/pid9999.0005.102?rgn=main;view=fulltext>>.

VILCHES, Gloria (2010). Usos, estilos y formatos contemporáneos del audiovisual de apropiación. *Found Footage Hoy*. <<http://www.foundfootagehoy.com>>.

VILLAESPESA, Mar y G.GIL Felipe (eds.) (2008). *Código fuente: la remezcla*. Sevilla: Zemos 98.

YAÑEZ, Jara (abril 2010). Crowdfunding y crossmedia para un cine 2.0. *Cahiers du cinéma España*, 33. Recuperado de <<http://embed.at/article22.html>>.

Elena López Riera (Orihuela, 1982) es licenciada en Comunicación por la Universitat de València. Desde 2008 trabaja en la Université de Genève donde imparte clases de Análisis de textos fílmicos y Nuevas tendencias del cine latinoamericano. Es autora del libro *Albertina Carri: el cine y la furia* (2009). Ha colaborado entre 2006 y 2010 con el Festival Cinema Jove como parte del comité de selección de largometrajes y como directora de su diario. En 2009 fundó el colectivo lacasinegra, centrado en las nuevas prácticas audiovisuales (www.lacasinegra.com). Actualmente escribe su tesis sobre memoria, relato e identidad nacional en el cine argentino contemporáneo.